

2011-2015年中国平板电脑 行业市场调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国平板电脑行业市场调研及投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201107/71427.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

第一章 平板电脑相关概述及环境分析 1

第一节 平板电脑相关概述 1

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 3

一、中国GDP分析 3

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析 7

三、全社会固定资产分析 7

四、进出口总额及增长率分析 9

五、社会消费品零售总额 17

第三节 2009-2010年中国平板电脑政策分析 19

一、平板电脑相关管理部门 19

二、平板电脑政策法规分析 21

三、平板电脑行业标准分析 23

第二章 2009-2010年世界平板电脑现状及趋势预测 24

第一节 世界平板电脑概述 24

第二节 2009-2010年世界平板电脑市场格局分析 25

一、世界平板电脑市场消费分析 25

二、世界平板电脑市场格局分析 25

第三节 2010-2015年世界平板电脑市场走势预测分析 29

第三章 2009-2010年我国平板电脑运行态势分析 41

第一节 2009-2010年中国平板电脑行业市场综述 41

一、平板电脑市场供给分析 41

二、平板电脑市场需求分析 41

三、平板电脑市场供需特点分析 42

第二节 2009-2010年中国平板电脑行业市场运作态势分析 42

一、平板电脑市场品牌分析 42

二、平板电脑趋势分析 43

第四章 2009-2010年我国平板电脑运行特性分析 44

第一节 平板电脑经营模式分析 44

第二节 平板电脑进入壁垒分析 45

第三节 平板电脑的周期性特征分析 45

第四节 平板电脑SWOT分析 47

第五章 我国平板电脑上下游关联分析 49

第一节 2009-2010年中国平板电脑上游分析 49

第二节 2009-2010年中国平板电脑下游分析 50

第三节 2010-2014年中国平板电脑上下游关联性分析 51

第六章 2009-2010年我国平板电脑国内市场竞争格局 52

第一节 2009-2010年中国平板电脑行业竞争现状分析 52

一、平板电脑技术现状分析 52

二、平板电脑行业生产成本分析 52

三、平板电脑市场价格竞争分析 53

第二节 2009-2010年中国平板电脑行业集中度分析 54

一、平板电脑集中度分析 54

二、平板电脑市场集中度分析 54

第三节 2009-2010年中国平板电脑企业提升竞争力策略分析 55

第七章 我国平板电脑优势企业经营状况及竞争力分析 56

第一节 联想集团 56

一、企业简介 56

二、企业经营状况及竞争力分析 59

第二节 汉王科技股份有限公司 61

一、企业简介 61

二、企业经营状况及竞争力分析 63

第三节 华为技术有限公司 68

一、企业简介 68

二、企业经营状况及竞争力分析 69

第四节 中国长城计算机深圳股份有限公司 71

一、企业简介 71

二、企业经营状况及竞争力分析 76

第五节 中兴通讯公司 80

一、企业简介 80

二、企业经营状况及竞争力分析 81

第六节 北京华旗资讯科技发展有限公司 82

一、企业简介 82

二、企业经营状况及竞争力分析 85

第八章 2010-2015年我国平板电脑前景分析 88

第一节 2010-2015年中国平板电脑趋势分析 88

第二节 2010-2015年中国平板电脑市场预测分析 90

一、市场供给预测分析 90

二、产品需求预测分析 94

三、进出口预测分析 94

第三节 2010-2015年中国平板电脑市场盈利预测分析 94

第九章 我国平板电脑风险分析及策略建议 96

第一节 2010-2015年中国平板电脑环境分析 96

第二节 2010-2015年中国平板电脑风险分析 96

第三节 2010-2015年中国平板电脑策略建议 98

图表目录：

图表 1：滑盖平板电脑 1

图表 2：直板平板电脑 2

图表 3：2008-2010年我国国内生产总值 3

图表 4：2008-2010年我国工业增加值增长速度 6

图表 5：2008-2010年我国城镇固定资产投资 8

图表 6：2008-2010年我国海关进出口增减情况一览表 9

图表 7：2008-2010年我国社会消费品零售总额 17

图表 8：平板电脑相关政府职能部门 19

图表 9：平板电脑相关行业协会 20

图表 10：2008-2015年美国市场电脑趋势 29

图表 11：平板电脑品牌地域分布图 30

图表 12：CES2011平板电脑的主要参展商 31

图表 13：平板电脑品牌类型分布图 31

图表 14：各种系统的平板电脑数量占比 32

图表 15：本届CES华硕同时发布四款平板电脑，倍受瞩目 32

图表 16：平板电脑的各种处理器占比 33

图表 17：在CES展出的平板电脑的无线模式 34

图表 18：14英寸的宏碁Iconia双屏电脑 35

图表 19：屏幕可旋转的戴尔Inspiron Duo 35

图表 20：内置键盘的Southern Telecom平板 35

图表 21：如同卷轴一般的华硕透明概念平板 36

图表 22：平板电脑的各种存储空间占比 36

图表 23：戴尔Steak系列平板电脑 37

图表 24：2011年平板电脑的价位分布 37

图表 25：联想乐Pad充满创意的设计令人赞赏 38

图表 26：苹果iPad 2 39

图表 27：2011-2015年我国自主品牌平板电脑产量预测 41

图表 28：2011-2015年我国平板电脑需求量预测 42

图表 29：平板电脑的生命周期分析 46

图表 30：操作系统比较 49

图表 31：ThinkPad? X系列 58

图表 32：联想集团重要财务指标 59

图表 33：联想集团综合损益表 60

图表 34：汉王科技股份有限公司主营业务构成 63

图表 35：汉王科技股份有限公司每股指标 65

图表 36：汉王科技股份有限公司获利能力 66

图表 37：汉王科技股份有限公司经营能力 66

图表 38：汉王科技股份有限公司偿债能力 66

图表 39：汉王科技股份有限公司资本结构 67

图表 40：汉王科技股份有限公司发展能力 67

图表 41：汉王科技股份有限公司现金流量分析 67

图表 42：S7 68

图表 43：财务概要 69

图表 44：Gpad R3 73

图表 45：Gpad E2 74

图表 46：Gbook T3 75

图表 47：中国长城计算机深圳股份有限公司主营业务构成 76

图表 48：中国长城计算机深圳股份有限公司每股指标 77

图表 49：中国长城计算机深圳股份有限公司获利能力 77

图表 50：中国长城计算机深圳股份有限公司经营能力 78

图表 51：中国长城计算机深圳股份有限公司偿债能力 78

图表 52：中国长城计算机深圳股份有限公司资本结构 78

图表 53：中国长城计算机深圳股份有限公司发展能力 79

图表 54：中国长城计算机深圳股份有限公司现金流量分析 79

图表 55：V9 81

图表 56：中兴通讯主要财务指标 81

图表 57：爱国者E700 84

图表 58：北京华旗资讯数码科技有限公司经营状况分析 85

图表 59：北京华旗资讯数码科技有限公司盈利能力分析 87

图表 60：北京华旗资讯数码科技有限公司经营能力分析 87

图表 61：2010年Q4以后非苹果平板电脑比例显著提升 89

图表 62：平板电脑市场主要产品参数对比 90

图表 63：2010-2015年我国平板电脑市场规模预测 94

图表 64：2010-2015中国平板电脑市场盈利预测 95

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201107/71427.html>